

Förtroendefulla kläder. Omdefinitionen av svenska klädföretags leverantörsansvar (1995-2005)

Niklas Egels-Zandén

Svenska storföretag som H&M rövar sina vinster från barnarbete i fattiga länder. Vi har ett ansvar gentemot barnen att göra vårt för att stoppa utsugningen

RÄTTVISEPARTIET SOCIALISTERNAS VALMANIFEST VÅREN 1998¹

H&M är ett värdedrivet företag som strävar efter att agera på ett ansvarsfullt sätt

HENNES & MAURITZ CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT 2004²

De senaste åren har kantats av minskat förtroende för näringslivets aktörer som följd av skandaler där företag har svikit sina intressenter. Internationellt har vi bevittnat kollapsen av Enron, Shells inblandning i mordandet av nigeriansk urbefolkning, Nikes användande av barn- och slavarbete i Asien med mera. I Sverige har det utspelat sig liknande dramer med Skandias och ABBs bonusavtal samt H&Ms och IKEAs användande av barnarbete som de kanske mest publika akterna.

Parallellt med att näringslivets förtroendekris har fördjupats, har det växt fram en ”ny” rörelse som ofta ges en engelsk språkdräkt: Corporate Social Responsibility. Rörelsens huvudidé kan sammanfattas med att fö-

¹ Se <http://www.socialisterna.org/rs/arkiv/v98/valmanifest/utrikespolitik.html> (2005-07-05).

² Den ordagranna formuleringen i rapporten är: “H&M is a value-driven company that strives to conduct its business in a responsible manner” (se http://www.hm.com/se/hm/social/csr_rapport.jsp 2005-07-05).

retagen, genom att utvidga sitt sociala ansvar och spela en mer aktiv samhällsroll, kan återupprätta sitt flagnande förtroende. Därför turas nu företagsledare om att dagligen beskriva hur just deras företag bidrar till en positiv samhällsutveckling och upprätthåller ”etik” och ”moral” i verksamheten. De flesta svenska storföretagen publicerar även numera så kallade Corporate Social Responsibility rapporter späckade med citat likt det ovan från H&Ms rapport.

Som utomstående betraktare börjar man fundera: Hur gick det här till? Vilka aktörer var det som raserade förtroendet för företagen och fick dem att, i alla fall utåt sett, utvidga sin samhällsroll? Annorlunda uttryckt: Vilka aktörer var det som definierade företagets agerande som ett ”svek”? Vilka bestämde att företagen skulle ses som skurkar medan intressenterna skulle ses som oskyldiga offer? Vilka aktörer fick bestämma vad som skall rymmas i de nya definitionerna av ”etik” och ”socialt ansvar”, som växer fram? I det här kapitlet närmar jag mig dessa frågor genom att analysera processen att konstruera ett ”svek” utifrån en studie av hur definitionen av Hennes&Maurtitz (H&M), Lindex, KappAhl och Indiskas sociala ansvar för sina leverantörer i utvecklingsländer förändrades mellan 1995 och 2005. Klädföretagen utgör intressanta studieobjekt inte bara för att de är några av våra mest välkända svenska företag utan också för att de var bland de första svenska företag som omdefinierade sitt leverantörsansvar. Vi kan därför förvänta oss att analyser av dessa fall kan ge indikationer på aktuella samhällstrender rörande förtroende och företagens sociala ansvar (jfr Eisenhardt, 1989; Dutton & Dukerich, 1991; Hoffman, 1999). Materialet till studien bygger i huvudsak på 32 intervjuer med representanter för de företag, ideella organisationer och fackföreningar som spelade en aktiv roll i processen och på sekundärkällor i form av dokument, rapporter hemsidor och tidningsartiklar (Ählström & Egels-Zandén, 2006; Egels-Zandén & Hyllman, 2006). För att stämma av giltigheten i de gjorda tolkningarna av materialet har den empiriska delen av detta kapitel skickats till intervjupersonerna, och deras kommentarer har inkorporerats före publiceringen (Ählström & Egels-Zandén, 2006).

Jag inleder det här kapitlet med en beskrivning av den process som ledde till en förtroendekris för klädföretagen och en omdefinition av deras ansvar för arbetsvillkoren hos deras leverantörer. I fokus är frågan om vilka aktörer som drev fram förtroendekrisen och som styrde omdefinitionen av företagens ansvar. Utifrån i huvudsak institutionell teori analyserar jag sedan vilka karaktäristika dessa drivande aktörer kan tänkas uppvisa och hur de skiljer sig från de aktörer som inte förmår påverka omdefinitionen av företagens ansvar.

Genomgående i texten använder jag såpoperan som metafor för att beskriva berättelsen om klädföretagens leverantörsansvar. Jag tycker att såpoperan är en lämplig metafor, eftersom den i likhet med den studerade processen inte har en tydlig början eller slut. Istället innefattar den studerade processen, i likhet med såpoperan, ständiga avbrott, nya störningar, multipla huvudpersoner och ingen slutgiltig återgång till ett jämviktsläge (jfr Tullberg, 2001). Som Tullberg (2001, s. 83) uttrycker det: ”Den [såpoperan] håller på...”. Det är viktigt att poängtera att valet av såpopera

som metafor inte är gjort för att trivialisera de studerade aktörernas arbete, utan för att ge läsaren ett enkelt sätt att förstå de komplicerade turer som omdefinitionsprocessen innefattade.

Förtroendeingivande kläder: En såpopera i fyra avsnitt

Resumé: Internationell turbulens (före 1996)

I slutet av 1980-talet och i början av 1990-talet inleddes en utlokaliseringssvåg av företags verksamheter från Europa och USA till utvecklingsländer i främst Asien (se t.ex. Christerson & Appelbaum, 1995; Hathcote & Nam, 1999; Jones, 2005). Arbetsvillkoren i många av dessa utvecklingsländer var dock, utifrån ett europeiskt och amerikanskt perspektiv, undermåliga, vilket ledde till att företagens produkter ofta producerades i fabriker med betydligt lägre arbetsstandard än tidigare (se t.ex. Chan & Senser, 1997; Chan, 1998, 2000; Lee, 1998, 1999). Detta förde med sig att alltfler kritiska röster höjdes från ideella organisationer och fackföreningar rörande hur företagen hanterade ansvarsfrågor hos sina leverantörer (van Tulder och Kolk, 2001; Kolk & van Tulder, 2002; Roberts, 2003; Frenkel & Kim, 2004). Kritiken grundade sig på devisen: företag kan utlokalisera produktionen men inte ansvaret för produktionen.

I internationella media duggade ”skandalerna” tätt i slutet av 1980-talet och i början av 1990-talet. Den ena veckan stod Nike, Reebok och Kathie Lee Gifford i skottgluggen och den andra var det Levi’s, Disneys och GAPs (o)tur. Levi’s svarade snabbast på kritiken genom att 1991 införa en uppförandekod för sina leverantörer. Levi’s tog på så vis ansvar för arbetsvillkoren inte enbart i sin egenägda verksamhet utan även i sina leverantörers fabriker (Braun & Gearhart, 2004). De andra företagen följde snart efter, och i mitten av nittioalet hade de flesta stora internationella kläd- och skoföretag uppförandekoder, som reglerade arbetsvillkoren för anställda i deras leverantörers fabriker (Jenkins, Pearson & Seyfang, 2002). Trots denna internationella turbulens under början av 1990-talet, rådde det stiltje i den svenska debatten fram till början av 1996.

Avsnitt 1: Påkomna med byxorna nere (1996-1999)

En svensk Rena Kläder kampanj

I början av 1996 kom den nystartade svenska ideella organisationen Fair Trade Center (FTC) i kontakt med den holländska ideella organisationen Rena Kläder (som hade spelat en mycket aktiv roll i omdefinitionen av de internationella klädföretagens ansvar under början av 1990-talet). FTC, som vid denna tidpunkt endast hade en heltidsanställd person, bestämde sig för att anamma den holländska organisationens idéer genom

att starta en svensk Rena Kläder kampanj för att sätta press på svenska klädföretag att omdefiniera sitt leverantörsansvar.

Genom att använda sina personliga kontaktnätverk i andra svenska ideella organisationer lyckades personerna kopplade till FTC involvera allt fler ideella organisationer i den svenska Rena Kläder kampanjen (som härafter benämns Rena Kläder). De lyckades även, med hjälp av medlemmar från den holländska Rena Kläder kampanjen, övertyga de två fackföreningarna i klädbranschen att gå med i kampanjen. Fackföreningarna verkade vid denna tidpunkt vara oklara över vilken roll de skulle spela vid en förändring av klädföretagens ansvar, eftersom de inte tidigare hade samarbetat med ideella organisationer rörande arbetsfrågor i utvecklingsländer utan enbart med andra fackföreningar. Fackföreningarna upplevde dock FTCs driv i frågan som positivt och valde att gå med i den svenska kampanjen. Till slut ingick följande organisationer i det nystartade Rena Kläder: Fair Trade Center, Röda Korsets Ungdomsförbund, Världsbutikerna för Rättvis Handel, SAC Syndikalisterna, Stiftelsen Global Kunskap, Emmaus Stockholm, Kooperation Utan Gränser, Förbundet Vi Unga, Industrifacket och Handelsanställdas förbund.

Kärnan i Rena Kläder utgjordes av en arbetsgrupp med fyra medlemmar – en från FTC, två från fackföreningarna och en från de andra ideella organisationerna. Som initiativtagare till Rena Kläder och som medlem i arbetsgruppen hade FTC en stark position i nätverket. I och med lanseringen av Rena Kläder hade FTC lyckats definiera vilka aktörer som skulle delta, och inte delta, i den fortsatta processen att försöka omdefiniera de svenska klädföretagens ansvar för sina leverantörer, och det blev svårt för andra organisationer att driva kampanj mot företagen utan att gå igenom Rena Kläder.

Påtryckningar för uppförandekoder

Som Rena Kläders första aktivitet föreslog FTC en vykortskampanj riktad mot fyra av de största klädföretagen i Sverige: Hennes & Mauritz (H&M), Lindex, KappAhl och Indiska.³ Dessa företag valdes ut för att de hade de mest välkända varumärkena bland de svenska klädföretagen, och FTC hoppades att en förändring i deras ansvarstagande successivt skulle sprida sig till de andra mindre välkända klädföretagen. Under 1997 distribuerade Rena Kläder vykort med följande text till klädkonsumenter med målet att dessa konsumenter skulle skicka vykorten vidare till klädföretagen:

Jag skulle vilja ha mer information om arbetsvillkoren och arbetsmiljön för de människor som syr era kläder. Jag skulle också vilja veta hur era leverantörer följer ILOs konventioner om mänskliga rättigheter på arbetsplatser. Jag skulle köpa mer från er om jag visste att era kläder var producerade under acceptabla förhållanden.

³ H&M, Lindex, KappAhl och Indiska hade 2004 totalt en omsättning på 64 000 miljoner SEK och över 35 000 anställda plus ytterligare tusentals indirekt anställda i sina leverantörsled.

FTCs syfte med vykortskampanjen var att blåsa liv i en debatt i Sverige kring klädföretagens ansvar och på så vis pressa företagen att utvidga sitt sociala ansvar till att även innefatta ett ansvar för arbetsvillkoren hos sina leverantörer. Parallellt med vykortskampanjen uppmanade Rena Kläder även direkt de fyra klädföretagen att anta uppförandekoder för arbetsvillkoren hos sina leverantörer. FTC hade snappat upp idén om uppförandekoder från den internationella Rena Kläder kampanjens arbete och från de internationella diskussionerna kring kläd- och skoföretagens ansvar. På så vis lyckades FTC definiera såväl ett problem, d.v.s. arbetsvillkoren hos klädföretagens leverantörer är oacceptabla, som en lösning, d.v.s. uppförandekoder kommer att förbättra situationen.

De svenska klädföretagen verkade överraskade av kritiken mot sina leverantörers verksamhet och den negativa massmediala uppmärksamhet som riktades mot dem. Klädkonsumenternas förtroende var också i dalande vid denna tidpunkt med till exempel elva procent av de svenska konsumenterna, som hävdade att de aldrig mer skulle handla hos H&M.⁴ För att minimera förtroendeförlusterna på grund av ”skandalerna”, som FTC riktat strålkastarljuset på, antog under slutet av 1997 de fyra klädföretagen uppförandekoder. Detta utgjorde en radikal förändring av hur klädföretagen definierade sitt sociala ansvar, eftersom de nu ansåg sig ansvariga för arbetsvillkoren i såväl sin egen som sina leverantörers verksamhet. Frågan rörande *huruvida* klädföretagen var ansvariga för arbetsvillkoren hos sina leverantörer debatterades sparsamt efter företagets antagande av uppförandekoder, och dessa etablerades också som det – i alla fall i de officiella diskussionerna – självklara sättet att operationalisera det utvidgade sociala ansvaret.

Från konfrontation till samarbete

När klädföretagen väl antagit uppförandekoder insåg FTC att det fanns två huvudsakliga problem med uppförandekoder. För det första hade företagen antagit något olika koder, vilket kunde skapa tolkningsproblem för de leverantörer som hade flera av företagen som kunder. För det andra var det oklart hur trovärdiga kontroller av koderna skulle ske, eftersom FTC hade begränsat förtroende för företagets egna kontrollsystem. För att råda bot på dessa problem föreslog FTC, genom Rena Kläder, att företagen skulle harmonisera sina koder och införa oberoende uppföljningskontroller. Företagen opponerade sig initialt mot dessa idéer och argumenterade bland annat för att oberoende kontroller inte var möjliga, eftersom de inte kunde avslöja för utomstående vilka leverantörer de använde. Efter fortsatt medialkritik kröp dock företagen i slutet av 1998 till korset och accepterade FTCs krav. För att i praktiken uppnå harmoniserade koder och oberoende kontroller anslöt sig företagen till ett Rena Kläder projekt, som sedermera gavs namnet DressCode.

⁴ Expressen (1998-01-15) ”Var tredje svensk nobbar H&M”.

Avsnitt 2: En uppförandekod genom DressCode (1999-2001)

Lanserandet av DressCode

Rena Kläder sökte initialt projektfinansiering för DressCode från SIDA, men SIDA avböjde och istället gick de berörda företagen in och finansierade projektets första tre år. Snart efter DressCodes lansering, under 1999, fick projektet dock problem när en av de ideella organisationerna, SAC Syndikalisterna, initierade ytterligare en kampanj mot klädföretagen. Eftersom aktörerna i DressCode hade kommit överens om att samordna samtliga kampanjer mot klädföretagen upplevdes Syndikalisternas beteende som problematiskt. Det hela mynnade ut i det gemensamma beslutet att Syndikalisterna skulle lämna DressCode, eftersom de inte kunde acceptera DressCodes arbetsmetoder. Efter Syndikalisternas uttåg inledes arbetet i projektet.

En harmoniserad kod

DressCode projektet hade två huvudmål: 1) att utveckla en harmoniserad uppförandekod och 2) att skapa ett oberoende kontrollsystem. Inledningsvis fokuserade de kvarvarande organisationerna på att skapa en harmoniserad kod. FTC föreslog en kod innehållande ILOs kärnkonventioner, FNs deklaration om mänskliga rättigheter och ”levnadslöner”⁵. De ideella organisationerna och fackföreningarna såväl accepterade som stödde FTCs förslag. Företagen var dock obenägna att införa levnadslöner och argumenterade för att sådana var svåra att beräkna och skulle innebära att man tvingades omförhandla samtliga sina leverantörskontrakt. Efter en tid av debatter och diskussioner accepterade FTC och de andra ideella organisationerna företagets förslag om ”minimilöner”⁶, och en harmoniserad kod kunde antas. Denna kod representerade en ny detaljerad definition av klädföretagens ansvar för arbetsvillkoren hos sina leverantörer. Nu var den enda kvarstående frågan hur den oberoende kontrollen av uppförandekoden skulle utformas.

Ett oberoende kontrollsystem

I ett första försök att finna ett trovärdigt kontrollsystem för uppförandekoden genomfördes tester med företagets egna kontrollsystem. Resultaten var entydiga – företagets egna system var otillfredsställande. För att utveckla ett nytt kontrollsystem genomfördes pilottester av olika system under två år i tre olika utvecklingsländer. Baserat på dessa tester utvecklade organisationerna i DressCode sedan ett förslag om att inrätta en fristående stiftelse som skulle sköta uppförandekontrollerna. Huvuddragen i stiftelsens utformning kom från FTCs och företagets idéer och tanken

⁵ ”Levnadslön” är den lönenivå som täcker de anställdas basala behov.

⁶ ”Minimilön” är den enligt landets lagar lägsta tillåtna lönenivån.

var att stiftelsen skulle äga en ideell organisation som skulle sälja oberoende kontroller till samtliga intresserade svenska klädföretag. Visionen var att den harmoniserade koden tillsammans med de oberoende kontrollerna skulle förmedla en trovärdig bild av att klädföretagen tog ansvar för arbetsvillkoren hos sina leverantörer. Förhoppningen var att detta i sin tur skulle återskapa klädkonsumenternas förtroende för klädföretagen.

Avsnitt 3: Slutet för DressCode (2002)

Under 2002 stod det klart att det utvecklade förslaget om en harmoniserad kod och en oberoende kontrollorganisation inte skulle förverkligas på grund av att Industrifacket och Handelsanställdas förbund drog sig ur projektet. Fackföreningarna presenterade tre anledningar för sitt avslutade samarbete med DressCode. För det första hävdade fackföreningarna att den harmoniserade koden var otillräcklig, eftersom den inte innehöll samtliga ILO-konventioner. För det andra ansåg de att uppförandekoder inte var ett tillfredställande verktyg för att operationalisera klädföretagens leverantörsansvar. Istället önskade fackföreningarna teckna bindande globala kollektivavtal med klädföretagen. Slutligen hävde fackföreningarna även att de inte upplevde sig ha mandat att förhandla om arbetsvillkor hos leverantörerna å de anställdas vägnar i utvecklingsländer. Den gemensamma nämnaren för fackföreningarnas presenterade anledningar till sitt uttåg ur DressCode var att de ifrågasatte de överenskomelser som etablerats under de tidigare faserna av projektet.

Den första anledningen (otillräckligt kodinnehåll) ifrågasatte innehållet i definitionen av klädföretagens ansvar, som etablerats i början av 1999 och utvecklats av i huvudsak FTC och företagen med åtminstone fackföreningarnas implicita medgivande. Den andra anledningen (globala avtal snarare än uppförandekoder) ifrågasatte hela grundtanken för DressCode och Rena Kläder, d.v.s. att uppförandekoder var det verktyg som klädföretagen skulle använda för att operationalisera sitt utökade leverantörsansvar. Den tredje anledningen (otillräckligt förhandlingsmandat) ifrågasatte konstitutionen av aktörer som skulle delta i omdefinieringen av klädföretagens ansvar, d.v.s. att det var organisationerna i Rena Kläder som företagen skulle förhandla med. Allt som kvarstod efter fackföreningarnas kritik var således det ”faktum” att klädföretagen var ansvariga för en vag definition av arbetsvillkor hos sina leverantörer.

Fackföreningarnas uttåg ur DressCode sågs inte med blida ögon av FTC, de andra ideella organisationerna eller företagen. Både officiell kritik i media och inofficiell kritik framfördes över att fackföreningarna tidigare varit med och beslutat om det som de i det här stadiet valde att kritisera. Eftersom kritiken mot fackföreningarna verkar relativt korrekt i sak, återstår frågan om varför fackföreningarna bytte position i denna fas av processen. Huvudanledningen till deras förändrade position verkar ha varit att de globala fackföreningarna, framför allt the International Garment and Leather Worker's Federation (där Industrifacket var medlemmar), hade flyttat fram sina positioner vid tidpunkten för beslutet om den oberoende kontrollorganisationen. I likhet med de svenska fackförening-

arna hade de internationella facken i mitten av 1990-talet en otydlig strategi rörande uppförandekoder och företagsansvar för arbetsvillkor hos leverantörer i utvecklingsländer. I början av 2000-talet hade dock de internationella fackföreningarna börjat inse den potentiella vidden av uppförandekoder och the International Garment and Leather Worker's Federation hade tagit ett policybeslut att inte stödja uppförandekoder i framtiden. Det verkar alltså som om de svenska facken slöt upp kring de internationella fackföreningarnas agenda istället för att fortsätta att stödja det svenska DressCode projektet. Detta uttåg ur DressCode innebar slutet för projektet, eftersom FTC och de övriga ideella organisationerna inte ville lansera en uppförandekod och ett kontrollsystem utan fackföreningarnas stöd.

Avsnitt 4: En ansvarsanarki (2002-2005)

I och med DressCodes kollaps var klädbranschen i stort sett tillbaka på ruta ett. Den enda skillnaden från 1995 var att klädföretagen nu av alla aktörer sågs som ansvariga för en oklar definition av arbetsvillkoren hos sina leverantörer (och att samtliga aktörer inhämtat värdefulla kunskaper under processen). Istället för att som under 1996-2001 gå emot ett mer och mer väldefinierat socialt ansvar växte under 2002-2005 ett antal olika lösningar fram rörande vad företagens utvidgade leverantörsansvar skulle innefatta och hur det i praktiken skulle operationaliseras.

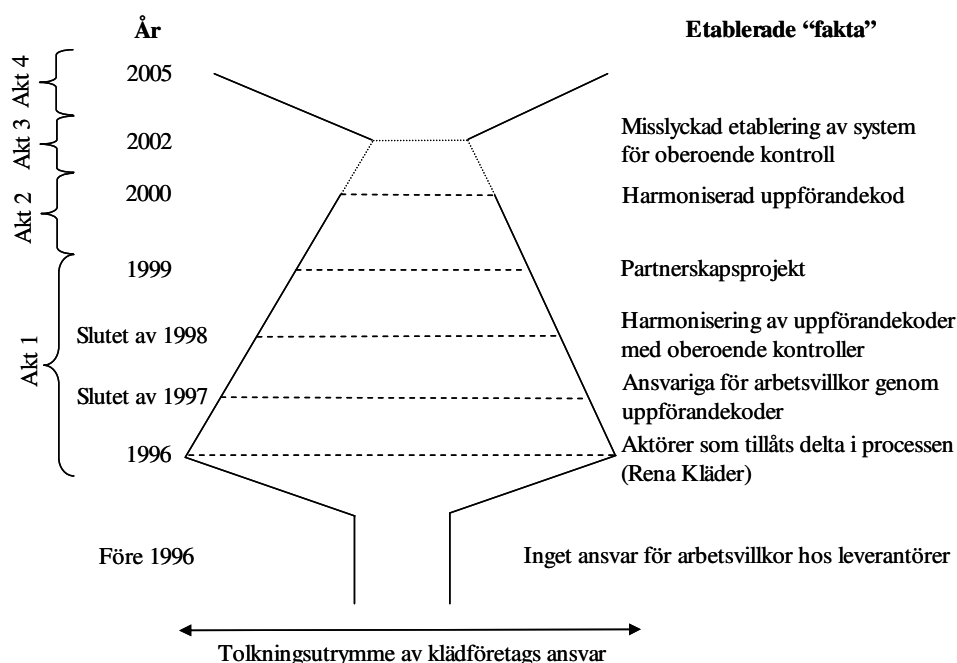
Fackföreningarna försökte etablera sin lösning, d.v.s. globala kollektivavtal som lokala fackföreningar övervakade implementeringen av. Företagen ansåg dock att denna lösning var orealistisk, givet den låga grad och den typ av fackföreningar som fanns i de länder där de bedrev tillverkning. Istället fortsatte företagen att i huvudsak arbeta med sina egna, ej harmoniserade koder och kontrollsystem. Fackföreningarna och de ideella organisationerna accepterade dock inte fullt ut detta arbetssätt, och kritiken mot klädföretagen fortsatte. Det nyaste förslaget till hur klädföretagens ansvar skall definieras återfinns i ett nytt DressCode projekt, som initierats av europeiska klädföretag: Business Social Compliance Initiative (BSCI). BSCI syftar likt DressCode till att utveckla en harmoniserad uppförandekod och ett gemensamt kontrollsystem. Till skillnad från det svenska DressCode är dock BSCI initierat och drivet av enbart klädföretag utan inblandning av ideella organisationer och fackföreningar. Lindex och KappAhl har redan anslutit sig till BSCI, medan H&M och Indiska har valt att, i alla fall än så länge, stå utanför.

Såpooperans huvudpersoner

En liten, en kapitalstark och en nyvaknad huvudperson

Figur 1 nedan sammanfattar den ovan beskrivna omdefinitionsprocessen av klädföretagens ansvar. Som ses av bilden var de svenska klädföreta-

gens ansvar väldefinierat före 1996, trots den turbulens som rådde internationellt. Företagen ansågs då inte vara ansvariga för arbetsvillkoren hos sina leverantörer, och de åtnjöt kundernas förtroende vid denna tidpunkt. Under såpoperans första avsnitt (1996-1999) förändrade FTC detta genom att utmana den rådande definitionen av företagens ansvar och genomdriva ett utvidgat företagsansvar, operationaliserat genom harmoniserade uppförandekoder och oberoende kontrollsystem. FTCs förmåga att radera förtroendet för företagen är uppseendeväckande med tanke på att FTC vid denna tidpunkt endast hade en heltidsanställd person medan klädföretagen hade över 35 000 anställda. Framgången för FTC skall dock förstås utifrån dess förmåga att övertyga ett tiotal andra välkända och stora ideella organisationer och fackföreningar att agera å dess vägnar genom Rena Kläder kampanjen. Det var alltså inte FTCs självständiga agerande, som orsakade en förtroendekris för företagen och tvingade dem att omdefiniera sitt ansvar, utan det var snarare FTCs förmåga att likt en huvudperson i en såpopera få andra aktörer att agera i enlighet med dess idéer som var nyckeln till framgången.



Figur 1: Utvecklingen av klädföretagens ansvar mellan 1995 och 2005

Under såpoperans andra avsnitt (1999-2001) började företagen framgångsrikt utmana FTCs idéer, och såpan fick två huvudpersoner. FTC fick gehör för många av sina förslag medan företagen främst lyckades förändra "levnadslöner" till "minimilöner". Företagens förhandlingsutrymme var i detta avsnitt begränsat av den ramberättelse av uppförande-

koder och kontroller som FTC etablerat under det första avsnittet. I slutet av avsnitt två fanns det en tydlig ansvarsdefinition innehållande en detaljerad uppförandekod och ett utförligt förslag till hur oberoende kontroller skulle utformas. Ett nytt innehåll i klädföretagens utvidgade leverantörsansvar hade således utarbetats.

Under såpans tredje och fjärde avsnitt (2002-2005) vaknade de dittills slumrande fackföreningarna till och bestämde sig för att förkasta den föreslagna ansvarsdefinitionen till förmån för en definition baserad på globala kollektivavtal. FTC, som hade byggt sin styrka på fackföreningarnas implicita tillstånd att föra deras talan, vacklade och förlorade sin förmåga att styra omdefinitionsprocessen. Efter DressCodes kollaps under 2002 uppstod huvudrollsanarki där samtliga involverade aktörer försökte agera huvudpersoner. Fackföreningarna försökte sälja in sina idéer kring globala avtal, företagen försökte sälja in sina icke-harmoniserade uppförandekoder, de ideella organisationerna förespråkade oberoende kontroller och de europeiska klädföretagen försökte sälja in en ny form av harmoniserade koder och kontrollsystem. Allt detta medan såpans åskådare, klädkonsumenterna, förvirrat försökte komma underfund med om de kunde lita på att klädföretagen agerade "etiskt" och tog sitt "sociala ansvar". Där vi befinner oss dag är det tveksamt om kunderna har förtroende för klädföretagen, eftersom det kontinuerligt rapporteras om nya "skandaler" hos leverantörerna. Å andra sidan verkar samtliga stora klädföretag sitta i samma båt, vilket lämnar konsumenterna med få alternativ till att fortsätta att handla hos de företag som inte åtnjuter deras förtroende.

Vi kan således konstatera att den organisation som i huvudsak raserade klädföretagens förtroende var FTC, och att de organisationer som under avsnitt ett och två såg ut att få definiera vad "etik" och "socialt ansvar" skulle innefatta var FTC samt till viss del företagen själva. Fackföreningarnas beslut att inte acceptera den föreslagna definitionen ledde dock till att det i dagsläget i huvudsak är företagen själva som definierar innehållet i sitt ansvar utifrån de ramar som FTC etablerade under avsnitt ett och två rörande uppförandekoder och deras innehåll.

Statisterna

Medan FTC, företagen och fackföreningarna i olika avsnitt agerade huvudpersoner i såpoperan om definitionen av klädföretagens ansvar, blev andra aktörer förvisade till statistroller. Detta skedde av två olika anledningar. För det första blev vissa aktörer uteslutna ur definitionsprocessen för att de inte accepterade de arbetsmetoder som såpoperans huvudpersoner hade beslutat om. SAC Syndikalisternas uteslutande vid initieringen av DressCode är ett tydligt exempel på detta. För det andra var vissa aktörer inte ens inbjudna att delta i definitionsprocessen. Detta illustrerades tydligast i uteslutandet av anställda, fackföreningar och ideella organisationer i utvecklingsländer från processen. Dessa aktörer, i vars intresse utvidgningen av klädföretagens ansvar sades ha initierats, tilläts inte att direkt delta i definitionen av sina kommande arbetsförhållanden. Istället fick de snällt agera statister, medan såpans huvudpersoner och

aktörer förhandlade om deras situation. Under såpans första och andra avsnitt (1996-2001) verkade inga av de svenska organisationerna seriöst ha funderat kring detta faktum, och det var först i det tredje avsnittet som fackföreningarna lyfte fram frågan. Dessa exempel illustrerar att de nyckelaktörer som påverkas av omförhandlingar av företagets ansvar inte nödvändigtvis tillåts delta i förhandlingsprocessen.

Förtroende som drivkraft

De inblandade aktörerna i definitionsprocessen hävdade att förtroendefrågor varit drivkraften för förändringen av klädföretagens leverantörsansvar. För att förstå anledningarna till detta behöver vi förstå maktdistributionen i klädföretagens värdekedjor. Makten över värdekedjan i klädbranschen och andra branscher med låga kompetenskrav på arbetstagarna och små initiala investeringsbarriärer är tydligt lokaliserad hos köparna av produkterna, d.v.s. klädföretagen, eftersom inträdesbarriärerna är höga på köparnas sida av värdekedjan, medan leverantörerna verkar under nära perfekt konkurrens (Gereffi, 1994; Traub-Werner & Cravey, 2002). De anställda och fackföreningarna hos klädleverantörerna har alltså en mycket dålig förhandlingsposition gentemot klädföretagen (Braun & Gearhart, 2004; Lipschutz, 2004). Det medför att klädföretagens huvudledning till att utöka sitt sociala ansvar för sina leverantörers verksamhet inte är att försäkra tillgången till produkter, utan snarare att bibehålla och förbättra konsumenters och andra intressentgruppers förtroende för företagets verksamhet och produkter (jfr Meyer & Rowan, 1977). Det är dessa aktörer, i synnerhet klädkonsumenterna, som kan utöva ett reellt tryck på företagen och kraftigt påverka deras lönsamhet. Utifrån en insikt om denna ojämna maktfördelning i värdekedjan framstår aktörernas identifikation av förtroendefrågor som den centrala drivkraften till förändringen av klädföretagens sociala ansvar som förståelig och välgrundad.

Huvudperson eller statist?

För att förstå varför vissa aktörer kan agera huvudpersoner medan andra förvisas till statistroller, behöver vi veta vilka aktörer som kan förmedla förtroende rörande socialt ansvarstagande generellt och arbetsvillkor specifikt. Förtroendenaspekten är central, eftersom drivkraften i den studerade processen var den förtroendekris FTC skapade för företagen. Utifrån denna analys av vilka aktörer som kan förmedla förtroende kan vi sedan ta oss an huvudfrågan om vad som karakteriserar en huvudperson respektive en statist.

Den förtroendeförmedlande treenigheten

Samtliga individer och organisationer är inte lika förmögna att förmedla förtroende (Meyer & Scott, 1983; Deephouse, 1996). För att förstå den

studerade omdefinitionsprocessen av klädföretagens leverantörsansvar måste vi således identifiera vilka aktörer som i en svensk kontext kan förmedla förtroende rörande socialt ansvarstagande och arbetsvillkor hos leverantörer. Egels-Zandén och Kallifatides (2006) argumenterar för att statliga och ideella organisationer i huvudsak kan förmedla förtroende rörande socialt ansvarstagande. Statliga organisationer har generellt identifierats som viktiga aktörer för förmedling av förtroende tack vare sin auktoritära samhällsposition (Meyer & Scott, 1983; Galaskiewicz, 1985; Baum & Oliver, 1991). Ideella organisationer å andra sidan får sitt inflytande genom sin förmåga att påverka den samhälliga opinionen rörande socialt ansvarstagande (Meyer & Rowan, 1977; Meyer & Scott, 1983; Galaskiewicz, 1985; Elsbach, 1994; Boli & Thomas, 1999; Egels-Zandén & Kallifatides, 2006). Traditionellt sett brukar inte ideella organisationer ges en framträdande roll i analyser kring förmedling av förtroende, men innehållet i ansvarsfrågorna verkar alltså öppna upp för dem att spela en mer betydelsefull roll (Egels-Zandén & Kallifatides, 2006). Dessa två tidigare föreslagna aktörstyper behöver dock kompletteras med en tredje rörande förtroendeförmedling kring frågor om arbetsvillkor, nämligen fackföreningar, eftersom dessa innehar en framträdande position rörande frågor kring arbetsvillkor såväl internationellt som i Sverige (jfr t.ex. Frundt, 2004).

I likhet med att inte samtliga typer av organisationer kan förmedla förtroende, kan inte heller samtliga organisationer inom en organisationstyp förmedla förtroende (jfr Deephoupe, 1996), d.v.s. samtliga statliga organisationer, fackföreningar och ideella organisationer kan ej förmedla förtroende. Snarare verkar det vara så att endast ett fåtal organisationer kan göra detta. I den svenska klädbranschen verkar det rimligt att anta att de organisationer som i huvudsak förmår förmedla förtroende är: a) de fackföreningar som är verksamma i denna bransch, d.v.s. Industrifacket och Handelsanställdas förbund, b) de i Sverige mest välkända ideella organisationerna med koppling till mänskliga rättigheter, t.ex. Röda Korset, Rädda Barnen, UNICEF och FN, samt c) statliga organisationer i form av regeringen och våra lagstiftande organ.

Ett klädföretags förtroende kan således förväntas såväl utmanas som återupprättas genom direkt eller indirekt inblandning av någon eller några av dessa – den förtroendeförmedlande treenighetens – organisationer. Det gör i sin tur att företagen blir särskilt intresserade av att interagera med den förtroendeförmedlande treenighetens organisationer i sina försök att återupprätta sitt förtroende.

Huvudpersonens karaktäristika

Genom att länka den ovan diskuterade litteraturen om vilka aktörer som kan förmedla förtroende till framväxande litteratur kring den typ av förändringar som studerats i det här kapitlet – så kallade institutionella förändringar (t.ex. DiMaggio, 1988) – kan vi förstå huvudpersonernas, d.v.s. FTCs, företagens och fackföreningarnas, karaktäristika. Den tidigare forskningen kring institutionella förändringar visar att samtliga aktörer

inte förväntas kunna driva förändringarna (DiMaggio, 1988; Fligstein 1997; Rao, Morrill & Zald, 2000; Maguire, Hardy & Lawrence, 2004). Generellt har huvudpersoners karakteristika förknippats med aktörer som innehar traditionellt sett framstående positioner inom sina branscher, t.ex. de största företagen i branschen, regeringar samt andra kapitalstarka aktörer med formella maktpositioner (t.ex. Hinnings & Greenwood, 1988; DiMaggio, 1991; Slack & Hinnings, 1994; Zucker & Darby, 1997; Oakes, Townley & Cooper, 1998; Hoffman, 1999; Greenwood, Suddaby & Hinings, 2002; Lounsbury, 2002; Sherer & Lee, 2002).

I detta ljus framstår företagens möjligheter att agera huvudpersoner, trots deras förväntat begränsade förmåga att förmedla förtroende rörande ansvarsfrågor, som alltmer förståelig. Företagen kunde sannolikt använda sina ekonomiska resurser och sin formella makt att styra över villkoren för sina leverantörsinköp för att få stort inflytande över hur den nya definitionen av deras utvidgade leverantörsansvar skulle utformas. Som tidigare beskrivits, är förändringen från "levnadslöner" till "minimilöner" i uppförandekoderna ett exempel på företagens inflytande över definitionen av "etik" och "ansvar".

Även fackföreningarnas möjlighet att agera som huvudpersoner går att förstå utifrån de ovan nämnda tolkningsramarna. Fackföreningarna har såväl förmåga att förmedla förtroende rörande arbetsvillkor som en framträdande position i klädbranschen (genom att exempelvis ha en laglig rätt att delta i klädföretagens styrelsemöten och förhandla med företagen). Att de med sitt uttåg ur DressCode lyckades stjälp projektet är således i linje med tidigare forskning kring institutionella förändringar.

Att FTC, som var den mest framträdande huvudpersonen under både såpans första och andra avsnitt, förmådde styra omdefinitionen är dock mer förbryllande. Förvisso är FTC en ideell organisation och kan således förväntas tillhöra den typ av aktörer som kan förmedla förtroende, men såsom beskrivits ovan är det snarare de stora och välkända ideella organisationerna som kan förväntas förmedla förtroende – inte en nystartad och okänd organisation med endast en heltidsanställd. Vidare verkar strategier, som presenterats i tidigare forskning kring hur små organisationernas kan driva fram institutionella förändringar, stämma dåligt överens med de strategier som FTC använde (jfr Maguire m.fl., 2004). Vi behöver således vidga våra perspektiv för att förstå FTCs framgång.

Det verkar finnas i huvudsak två sammanlänkade förklaringar till varför FTC lyckades skapa en förtroendekris för klädföretagen och omdefiniera deras leverantörsansvar. För det första verkar FTCs förmåga att få med sig och sätta agendan för andra ideella organisationer (som vi ovan identifierat som nyckel till deras framgång) vara relaterad till dess förmåga att, utifrån ett svenskt perspektiv, tidigt ha lyckats "översätta" den internationella trenden om utökat företagsansvar till en svensk kontext. Med "översättning" avses här att en aktör (i det här fallet FTC) förändrar en aktuell samhällsrelaterad trend (i det här fallet utökat företagsansvar) så att den passar aktörens egna intressen (Callon & Latour, 1981; Callon, 1986; Czarniawska & Sevón, 1996). På så vis lyckas aktören genom en översättningsprocess såväl finna stöd för sin föreslagna förändring i omgivande samhällliga trender som förändra trenden till ett format som ligger i

linje med aktörens egna intressen. FTC lyckades således, genom att vara den aktör som först översatte den internationella trenden om utökat företagsansvar till en svensk kontext och initierade en föreslagen omdefinition av svenska klädföretags ansvar, att bli sedd som den organisation som ägde förändringsidén och den viktiga kontakten till den internationella Rena Kläder kampanjen. Utifrån dessa fördelar av att vara den *första aktören*, som tog ett samlat grepp kring klädföretagens ansvar i den svenska kontexten (jfr t.ex. Porter, 1980), kunde FTC bygga upp ett nätverk av ideella organisationer och fackföreningar, som agerade i enlighet med FTCs idéer. Det var sedermera detta nätverk av stora ideella organisationer (med förmåga att förmedla förtroende) och fackföreningar (med såväl en central position i klädbranschen som förmåga att förmedla förtroende) som genom sina kampanjer, drivna utifrån FTCs idéer, skapade en förtroendekris för klädföretagen och framtvungade en omdefinition av företagens ansvar.

Den andra förklaringen till FTCs framgång är nära kopplad till den första och berör vikten av tidpunkten för FTCs kampanj mot företagen. Som beskrivet ovan översatte FTC snarare den internationella förändringsvågen, som översköljt de internationella klädföretagen till en svensk kontext än initierade en egen förändringsvåg. FTC kunde således luta sig mot en stark internationell trend och mot internationellt välkända organisationer i den svenska kampanjen. Detta *omgivande stöd* kan förväntas ha haft stor betydelse för FTCs framgångar (jfr Phillips, Lawrence & Hardy, 2004). Tillsammans hjälper dessa två förklaringar oss att förstå hur FTC lyckades utmana företagens förtroende och träda fram som en huvudperson i förändringsprocessen, trots att organisationen inte uppvisade de karakteristika som generellt förknippats med drivande aktörer i institutionella förändringar.

Statisternas karakteristika

Medan FTC, företagen och fackföreningarna lyckades agera huvudpersoner i olika avsnitt av den studerade förändringsprocessen, förvisades SAC Syndikalisterna samt anställda och organisationer i utvecklingsländerna till statistroller. I likhet med att vi kan förstå huvudpersonernas karakteristika utifrån deras förmåga att förmedla förtroende och driva institutionella förändringar, kan vi förstå statisternas oförmåga att agera huvudpersoner utifrån deras bristande förmåga att förmedla förtroende.

Att SAC Syndikalisterna förvisades till en statistroll kan till exempel kontrasteras mot fackföreningarnas roll som huvudperson. Båda organisationerna motsatte sig i olika faser DressCode-projektet, men medan projektet stälptes när fackföreningarna lämnade DressCode förblev projektet relativt oförändrat vid Syndikalisternas uttåg. Syndikalisternas och fackföreningarnas betydelse för förändringsprocessen verkar således skilja sig åt. En rimlig förklaring till denna skillnad är att fackföreningarna – som en del av den förtroendeförmedlande treenigheten – av de inblandade parterna ansågs vara en nyckelaktör för att klädkonsumenterna och andra intressentgrupper skulle ha förtroende för det framväxande syste-

met av uppförandekoder och oberoende kontroller. Syndikalisterna å andra sidan ansågs vara mer perifera när det gällde förtroendet för uppförandekoden och kontrollsystemet. När Syndikalisterna inte anpassade sig till huvudpersonernas arbetsmetoder, kunde de därför utan större konsekvenser förvisas till statistroller.

Frånvaron av direkt deltagande av anställda, fackföreningar och ideella organisationer från utvecklingsländer i omdefinitionsprocessen är svårare att förklara. Borde inte rimligtvis dessa om några kunna förmedla förtroende? Problemet med de organisationer i utvecklingsländer som har kopplingar till klädbranschen är att de är relativt små och ej så sammanlänkade (t.ex. Connor, 2004). Det är således svårt att hitta en handfull organisationer, som på ett trovärdigt sätt kan föra de anställdas talan. Utöver svårigheten att identifiera några organisationer i utvecklingsländer som kan delta i definitionsprocessen, har splittringen av organisationerna även medfört att de är relativt okända för svenska konsumenter och övriga svenska intressenter i klädföretagen. Organisationernas förmåga att förmedla förtroende i Sverige blir därför inskränkt, och således blir även vikten av deras stöd för en ny definition av klädföretagens leverantörsansvar begränsad.

Ytterligare en aspekt, som talade emot organisationernas i utvecklingsländer förmåga att agera huvudpersoner, var att FTC, företagen och fackföreningarna i stor utsträckning baserade sin argumentation på texter, t.ex. FN:s deklarationer om mänskliga rättigheter och ILO-konventionerna, undertecknade av både industri- och utvecklingsländers regeringar, d.v.s. av aktörer som kan förväntas kunna förmedla förtroende rörande frågor kring arbetsvillkor (jfr Callon, 1991; Latour, 1991). Dessa texter ansågs, i alla fall i Sverige, utgöra en etablerad ”korrekt” tolkning av vad som utgör goda arbetsvillkor. Det fanns således en uppfattning om att huvuddragen i vad anställda i utvecklingsländer önskade, eftersträvade och hade rätt till redan var nertecknade. De anställdas roll var så att säga fördefinierad utan att de behövde tillfrågas.

Slutsats

I det här kapitlet har jag behandlat förtroendefrågor utifrån den framväxande trenden kring Corporate Social Responsibility. Jag har utifrån ett välkänt fall i den svenska debatten belyst och analyserat vad som kan tänkas karaktärisera de aktörer som kan såväl rasera företagets förtroende som återupprätta det. Dessa egenskaper har jag även knutit till aktörernas förmåga att påverka omdefinitioner av företagets ansvar, d.v.s. deras förmåga att driva institutionella förändringar. Jag har argumenterat för att en aktörs förmåga att förmedla förtroende är direkt, men dock inte enbart relaterad till förmågan att driva institutionella förändringar. Utifrån förståelsen av huvudpersoners karakteristika har jag även visat hur vi kan förstå varför andra aktörer förvisas till statistroller på grund av sin bristande förmåga att förmedla förtroende och sina icke-framstående branschpositioner.

Den bild som framträder utifrån denna analys är att endast ett fåtal nyckelaktörer förmår såväl förmedla förtroende som definiera innehållet i "företagsetik" och företagets "sociala ansvar". Ett annat sätt att uttrycka detta är att endast några få nyckelaktörer förmår definiera vad som är, och inte är, ett "svek". Således kommer samtliga definitioner av "svek", "företagsetik" och "socialt ansvar" att vara starkt färgade av ett fåtal nyckelaktörers värderingar och krav. I takt med att dessa av olika anledningar förändrar sina krav på företagen och att nya nyckelaktörer tillkommer, kan vi förvänta oss att se förändringar i definitionerna av företagets ansvar och vad som utgör ett "svek". Som det studerade fallet illustrerar kan dessa förändringar ske relativt snabbt, och vi behöver därför se definitioner av företagets ansvar som temporära och potentiellt möjliga att förändra snarare än skrivna i sten. Det studerade fallet illustrerar på så vis att det inte går att *upptäcka* "svek" som skadar förtroendet, utan alla sådana "svek" är *konstruerade* utifrån förhandlingar mellan olika aktörer. Eftersom "svek" är konstruerade, blir alltså den centrala frågan att ställa: "Svek" enligt vem?

Den rapporterade studien illustrerar också förtroendefrågans tveeggade svärd. Å ena sidan hade klädföretagen sannolikt inte utvidgat sitt sociala ansvar för sina leverantörers verksamhet, om inte de ideella organisationerna och fackföreningarna förmått utnyttja klädföretagens starka beroende av konsumenters och andra intressenters förtroende. Förmågan att radera och återskapa förtroende blev drivkraften till sociala förändringar inom klädbranschen i termer av säkrare arbetsmiljö, kortare arbetstider, färre barnarbetare m.m. Förtroendefrågorna möjliggjorde således förändringar för arbetarna, som de flesta skulle karaktärisera som önskvärda. Å andra sidan illustrerar studien även förtroendets tyranni, där vissa aktörer, t.ex. SAC Syndikalisterna och organisationerna i utvecklingsländer, exkluderas från definitionsprocesserna på grund av sin oförmåga att förmedla förtroende. Att förtroendet är drivkraften till förändringen bidrar således även till att det inte blir en demokratisk förändringsprocess och att de aktörer som i huvudsak berörs av förändringarna exkluderas från definitionsförhandlingarna.

Vi kan, utifrån konsekvenserna av förtroendets tyranni, ifrågasätta avsaknaden av statliga organisationer i definitionsprocesser rörande företags sociala ansvar. Statliga organisationer var förvisso delvis inbjudna att delta i den studerade processen, t.ex. genom SIDA, men valde att betrakta den utifrån. Att statliga organisationer intar ett åskarperspektiv på frågor rörande företagets sociala ansvar är inte unikt för det studerade fallet. Flera forskare har pekat på liknande trender på ett övergripande internationellt plan och myntat begrepp som "statlig reträtt" och "utomstatlig styrning" för att beskriva den pågående trenden (t.ex. Beck, 1992; Rosenau, 1992; Strange, 1996). Vad vi ser är alltså att istället för att företagets sociala ansvar definieras genom statlig inblandning och demokratiska processer överläts dessa definitionsförhandlingar till företag, fackföreningar och ideella organisationer, i en förhoppning att företagets beroende av förtroende skall driva fram lösningar på världens sociala problem. Den här studien visar på att sådana lösningar förvisso utvecklas och att företagen ökar sitt ansvar för internationella sociala problem tack

vare sitt förtroendeberoende, men att dessa odemokratiska processer uppvisar brister såväl rörande förmågan att producera stabila definitioner av företagens sociala ansvar som rörande förmågan att inkludera berörda grupper i processen. Studien illustrerar således faran i att blint lita på förtroende som drivkraft för sociala förändringar och behovet av att belysa förtroendets tyranni i de enskilda definitionsprocesserna.

Referenser

- Ählström, J., & Egels-Zandén, N. (2006). The processes of defining corporate responsibility: a study of Swedish garment retailers responsibility. *Business Strategy and the Environment* (under publishing).
- Baum, J. A. C., & Oliver, C. (1991). Institutional linkages and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*, 36(2), 187-218.
- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Boli, J., & Thomas, G. M. (Red.) (1999). *Constructing World Culture: International Nongovernmental Organizations since 1875*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Braun, R., & Gearhart, J. (2004). Who should code your conduct? Trade union and NGO differences in the fight for worker's rights. *Development in Practice*, 14(1-2), 183-196.
- Callon, M. (1986). Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay, I J. Law (Red.), *Power, Action and Belief* (s. 196-233). London: Routledge & Kegan Paul.
- Callon, M. (1991). Techno-economic networks and irreversibility. I J. Law (Red.), *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination* (s. 132-161). London and New York: Routledge.
- Callon, M., & Latour, B. (1981). Unscrewing the big leviathan: how actors macro-structure reality and how sociologists help them to do so. I K. Knorr-Cetina och A. Cicourel (Red.), *Advances in Social Theory and Methodology: Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies* (s. 196-233). London: Routledge & Kegan Paul.
- Chan, A. (1998). Labor standards and human rights: the case of Chinese workers under market socialism. *Human Rights Quarterly*, 20(4), 886-904.
- Chan, A. (2000). Globalization, China's free (read bonded) labour market, and the Chinese trade unions. *Asia Pacific Business Review*, 6(3/4), 260-281.
- Chan, A., & Senses, R. A. (1997). China's troubled workers. *Foreign Affairs*, 76(2), 104-117.
- Christerson, B., & Appelbaum, R.P. (1995) Global and local subcontracting: space, ethnicity, and the organization of apparel production. *World Development*, 23(8), 1363-1374.
- Christmann, P., & Taylor, G. (2002). Globalization and the environment: strategies for international voluntary environmental initiatives. *Academy of Management Executive*, 16(3), 121-135.

- Connor, T. (2004). Time to scale up cooperation? Trade unions, NGOs, and the international anti-sweatshop movement. *Development in Practice*, 14(1-2), 61-70.
- Czarniawska, B., & Sevón, G. (Red.) (1996). *Translating Organizational Change*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Deephouse, D. (1996). Does isomorphism legitimate. *Academy of Management Review*, 39(4), 1024-1039.
- DiMaggio, P. J. (1988). Interest and agency in institutional theory. I L. G. Zucker (Red.), *Institutional Patterns and Organizations: Culture and Environment* (s. 3-22). Cambridge, MA: Ballinger.
- DiMaggio, P. J. (1991). Constructing an organizational field as a professional project: U.S. art museums, 1920-1940. I W. W. Powell and P. J. DiMaggio (Red.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis* (s. 267-292). Chicago: University of Chicago Press.
- Dutton, J., & Dukerich, K. (1991). Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, 34(3), 517-554.
- Egels-Zandén, N., & Kallifatides, M. (2006). The corporate social performance dilemma: organizing for goal duality in low-income African markets. I W. Vissner, M. McIntosh & C. Middleton (Red.), *Corporate Citizenship in Africa: Lessons from the Past, Paths to the Future*. Greenleaf Publishing (under publicering).
- Egels-Zandén, N., & Hyllman, P. (2006). Exploring the effects of union-NGO relationships on corporate responsibility: the case of the Swedish Clean Clothes Campaign. *Journal of Business Ethics*, 64(3), 303-316.
- Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Elsbach, K.D. (1994). Managing organizational legitimacy in the California cattle industry: the construction and effectiveness of verbal accounts. *Administrative Science Quarterly*, 39(1), 57-88.
- Fligstein, N. (1997). Social skill and institutional theory. *American Behavioral Scientist*, 40(4), 397-405.
- Frenkel, S., & Kim, S. (2004). Corporate codes of labour practice and employment relations in sports shoe contractor factories in South Korea. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 42(1), 6-31.
- Frundt, H. J. (2004). Unions wrestle with corporate codes of conduct. *WorkingUSA*, 7(4), 36-69.
- Galaskiewicz, J. (1985). Interorganizational relations. I R.H. Turner & J. F. Short Jr. (Red.), *Annual review of sociology Vol 11* (s. 281-304). Palo Alto, CA: Annual Reviews.
- Gereffi, G. (1994) The international economy and economic development. I N. Smelser & R. Swedberg (Red.), *The Handbook of Economic Sociology* (s. 206-233). Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Greenwood, R., Suddaby, R., & Hinings, C. R. (2002). Theorizing change: the role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. *Academy of Management Journal*, 45(1), 58-80.
- Hathcote, J., & Nam, I-J. (1999). Advantages of sourcing apparel from China, Taiwan, South Korea and Mexico. *International Trade Journal*, 13(2), 157-185.
- Hinnings, C. R., & Greenwood, R. (1988). The normative prescription of organizations. I L. G. Zucker (Red.), *Institutional Patterns and Organizations: Culture and Environment* (s. 53-70). Cambridge, MA: Ballinger.
- Hoffman, A. J. (1999). Institutional evolution and change: environmentalism and the U.S. chemical industry. *Academy of Management Journal*, 42(4), 351-371.
- Jenkins, R., Pearson, R., & Seyfang, G. (2002). *Corporate Responsibility & Labour Rights: Codes of Conduct in the Global Economy*. London: Earthscan.
- Jones, M. T. (2005). The transnational corporation, corporate social responsibility and the 'outsourcing' debate. *Journal of American Academy of Business*, 6(2), 91-97.
- Kolk, A., & van Tulder, R. (2002). The effectiveness of self-regulation: corporate codes of conduct and child labour. *European Management Journal*, 20(3), 260-271.
- Latour, B. (1991). Technology is society made durable. I J. Law (Red.), *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination* (s. 103-131). London and New York: Routledge.
- Lee, C. K. (1998). *Gender and the South China Miracle: Two Worlds of Factory Women*. Berkley, CA: University of California Press.
- Lee, C. K. (1999). From organized dependence to disorganized despotism: changing labour regimes in Chinese factories. *The China Quarterly*, 57, 44-71.
- Lipschutz, R.D. (2004) Sweating it out: NGO campaigns and trade union empowerment. *Development in Practice* 14(1-2), 197-209.
- Lounsbury, M. (2002). Institutional transformation and status mobility: the professionalization of the field of finance. *Academy of Management Journal*, 45(1), 255-266.
- Maguire, S., Hardy, C., & Lawrence, T. B. (2004). Institutional entrepreneurship in emerging fields: Hiv/Aids treatment advocacy in Canada. *Academy of Management Journal*, 47(5), 657-679.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutional organizations: formal structures as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 80(2), 340-363.
- Meyer, J. W., & Scott, W. R. (1983). Centralization and the legitimacy problem of local government. I J. W. Meyer & W. R. Scott (Red.). *Organizational Environments* (s. 199-215). Newbury Park, CA: Sage.

- Oakes, L. S., Townley, B., & Cooper, D. J. (1998). Business planning as pedagogy: language and control in a changing institutional field. *Administrative Science Quarterly*, 43(2), 257-292.
- Phillips, N., Lawrence, T. B., & Hardy, C. (2004). Discourse and institutions. *Academy of Management Review*, 29(4), 635-652.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, NY: The Free Press.
- Rao, H., Morrill, C., & Zald, M. N. (2000). Power plays: how social movements and collective action create new organizational forms. I R. I. Sutton & B. M. Straw (Red.), *Research in Organizational Behaviour Vol. 22* (s. 239-282). Greenwich, CT: JAI Press.
- Roberts, S. (2003). Supply chain specific? Understanding the patchy success of ethical sourcing initiatives. *Journal of Business Ethics*, 44(2-3), 159-170.
- Rosenau, J. N., & Czempiel, E.-O. (Red.) (1992). *Governance without Government: Order and Change in World Politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Sherer, P. D., & Lee, K. (2002). Institutional change in large law firms: a resource dependency and institutional perspective. *Academy of Management Journal*, 45(1), 102-119.
- Slack, T., & Hinings, B. (1994) Institutional pressures and isomorphic change: an empirical test, *Organization Studies*, 15(6): 803-827.
- Strange, S. (1996). *The Retreat of the State: The Diffusion of Power in the World Economy*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Traub-Werner, M., & Cravey, A.J. (2002) Spatiality, sweatshops and solidarity in Guatemala, *Social and Cultural Geography* 3(4), 383-401.
- Tullberg, M. (2000) *Växelsång: Om organisering för förändring på SJ*. Göteborg: BAS.
- van Tulder, R., & Kolk, A. (2001). Multinationality and corporate ethics: codes of conduct in the sporting goods industry. *Journal of International Business Studies*, 32(2), 267-283.
- Zucker, L. G., & Darby, M. R. (1997). Individual action and the demand for institutions: star scientists and institutional transformation. *The American Behavioral Scientist*, 40(4), 502-513.